

I COSMETICI: buoni, belli e ora anche ECOLOGICI

Il rispetto per l'ambiente passa anche dal beauty case. E ora le aziende hanno norme più chiare da seguire

di Monica Marelli

Make up e trattamenti: il legislatore li vuole più amici dell'ambiente. A fine ottobre la Camera dei Deputati ha approvato all'unanimità una legge che contiene le direttive per calcolare l'impatto ecologico dei cosmetici, per avere prodotti di bellezza più green e dare ai consumatori una certificazione trasparente e garantita. Ecco i punti salienti e di maggior impatto per noi consumatori. Innanzitutto dal 1° gennaio 2020 **sarà vietato mettere in vendita prodotti cosmetici contenenti microplastiche**, come quelle che si trovano in alcuni scrub e creme, che stanno letteralmente soffocando la vita marina. Secondo i dati diffusi dalla campagna "Mare nostro" di Marevivo, associazione onlus per la difesa dell'ambiente, i frammenti (hanno un diametro di 5 millimetri circa), sono ingeriti dalle specie marine ed entrano nella catena alimentare: in Europa nel 2013 per i cosmetici ne sono state usate 5 mila tonnellate, finite in gran parte, appunto, in mare.

un marchio per scegliere meglio

La seconda grande novità è l'istituzione di un marchio di qualità, che le aziende potranno richiedere per i loro prodotti, ma solo se saranno in grado di **dimostrare che hanno rispettato alcuni parametri, fra cui un imballaggio più "leggero" per l'ambiente** e la preferenza per ingredienti più green. A questo proposito Pucci Romano, dermatologa e presidente di Skineco, che ha attivamente partecipato alla stesura del testo di legge, spiega: «La questione della dermocompatibilità resta ovviamente un punto centrale. Attraverso i cosmetici la pelle viene a contatto con sostanze che possono essere irritanti, come, per esempio, petrolati, siliconi e antibatterici. È giusto che il consumatore possa scegliere un marchio di qualità che ne assicuri l'assenza». In un circuito virtuoso che possa mettere d'accordo bellezza, salute e ambiente.

un pieno di shampoo, grazie!

E se i cosmetici, come shampoo o creme corpo, fossero "on demand", come i detersivi, in cui si può ricaricare lo stesso flacone per risparmiare materiali e soldi? Ci sono molte difficoltà tecniche legate all'igiene e diversi aspetti legislativi non chiari, quindi le aziende preferiscono non rischiare. Ma nel mondo delle fragranze qualcosa si muove. Per esempio *Angel e Alien* di *Thierry Mugler* sono ricaricabili nelle profumerie, permettendo un risparmio di 1.350.000 fra flaconi e astucci. Innovativo anche l'approccio di *Equivalenza*: nei suoi negozi si acquistano i profumi in base alle famiglie olfattive e la boccetta, di diversi formati, è riempita al momento e può essere riutilizzata per il prossimo "pieno". E per la cura dei capelli *Lush*, brand etico di cosmetici freschi, propone la versione solida di shampoo e balsamo (*Karma e Jungle*): rinunciando al packaging, si risparmiano ben 5,7 milioni di bottiglie di plastica.